REPÚBLICA PORTUGUESA
CULTURA

PATRIMÓNIO CULTURAL
Direção-Geral do Património Cultural

MNAA
MUSEU NACIONAL DE ARTE ANTIGA

Principais Resultados

Públicos do Museu Nacional de Arte Antiga

ESTUDO PÚBLICOS DE MUSEUS NACIONAIS

PARCEIRO:

CIES IUL

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:

FUNDAÇÃO MILLENNIUM BCP

ONI

O Estudo de Públicos de Museus Nacionais (EPMN) foi promovido pela Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), entidade responsável pelas políticas museológicas em Portugal, e visou a produção de informação atualizada e fiável sobre os públicos, para o conjunto e para cada um dos museus tutelados pela DGPC, num leque alargado de dimensões, promovendo assim o seu conhecimento e, por essa via, uma melhor resposta aos desafios que a relação dos museus com os públicos vem colocando.

O Estudo tem como parceiro científico o Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL) do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) e o apoio mecenático da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No Estudo participaram 14 museus tutelados pela DGPC incluindo o Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA) cujos principais resultados aqui se apresentam.

MUSEUS PARTICIPANTES

Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves

Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado

Museu Nacional Grão Vasco

Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional

Museu Nacional da Música

Museu Nacional de Arqueologia

Museu Nacional de Arte Antiga

Museu Nacional do Azulejo

Museu Nacional dos Coches

Museu Nacional de Etnologia

Museu Nacional de Machado de Castro

Museu Nacional de Soares dos Reis

Museu Nacional do Teatro e da Dança

Museu Nacional do Traje

MÉTODO

O universo do Estudo é constituído pelos públicos com 15 e mais anos, nacionais e estrangeiros, que entraram no horário normal de funcionamento e cuja visita incluiu, ainda que não exclusivamente, a componente expositiva, permanente e/ou temporária.

O preenchimento do questionário, autoadministrado, disponível em quatro idiomas (português, inglês, francês e espanhol), foi feito, no termo da visita, em computador numa plataforma online.

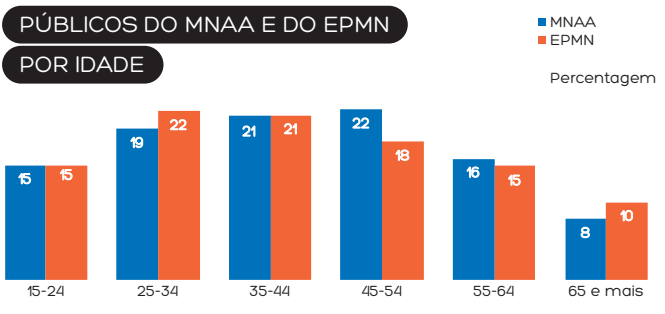
O trabalho de terreno decorreu numa base diária de 3 de dezembro de 2014 a 2 de dezembro de 2015.

A amostra do MNAA em análise é constituída por 1.010 questionários válidos dos quais 44% de portugueses e 56% de estrangeiros.

PERFIS SOCIAIS

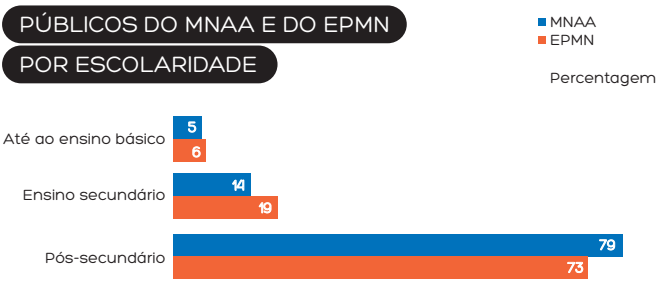
Por referência ao conjunto dos museus participantes no EPMN, o perfil social predominante dos públicos do MNAA é semelhante no que diz respeito à idade (a média coincide com a do EPMN, 42 anos), mas mais escolarizado (79% com pós-secundário contra 73%), com um nível de feminização ligeiramente inferior (54% são mulheres, quando no EPMN representam 56%) e com maior predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas (67% contra 61%). Tal como no EPMN, no MNAA os públicos estrangeiros são relativamente mais escolarizados e qualificados em termos profissionais do que os nacionais.

PÚBLICOS DO MNAA E DO EPMN POR IDADE



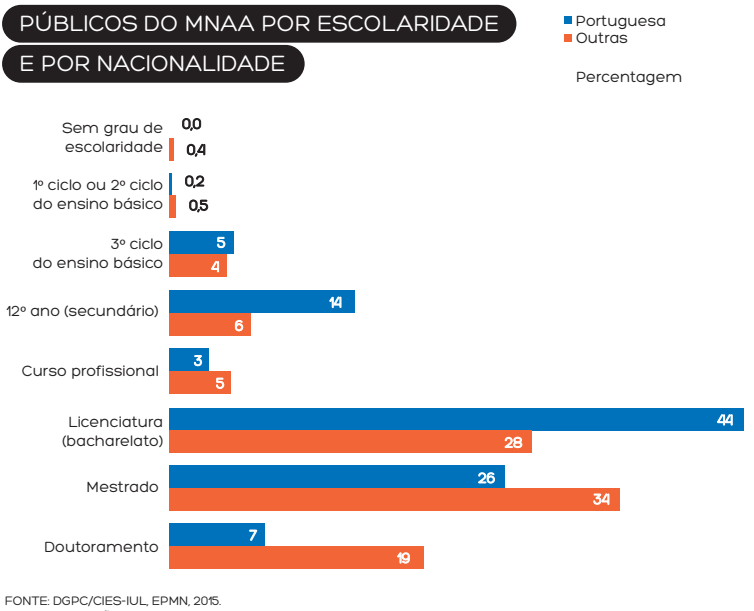
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

PÚBLICOS DO MNAA E DO EPMN POR ESCOLARIDADE



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

PÚBLICOS DO MNAA POR ESCOLARIDADE E POR NACIONALIDADE



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

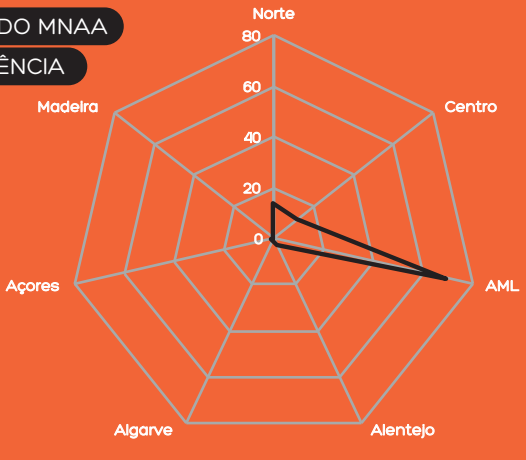
ORIGEM GEOGRÁFICA

Os públicos do MNAA têm uma maioria de estrangeiros na sua composição. Os públicos de nacionalidade portuguesa representam 44% (e destes, 2% residem no estrangeiro), valor ligeiramente abaixo do conjunto dos museus participantes no estudo. No MNAA, dos 56% de estrangeiros, 2% residem em Portugal.

Os públicos nacionais residem maioritariamente na Área Metropolitana de Lisboa (69%), região onde se localiza o MNAA, mais precisamente na cidade de Lisboa. Para além do grande destaque da AML, merecem ainda referência as regiões Norte (14%) e Centro (12%).

PÚBLICOS NACIONAIS DO MNAA
POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA

Percentagem

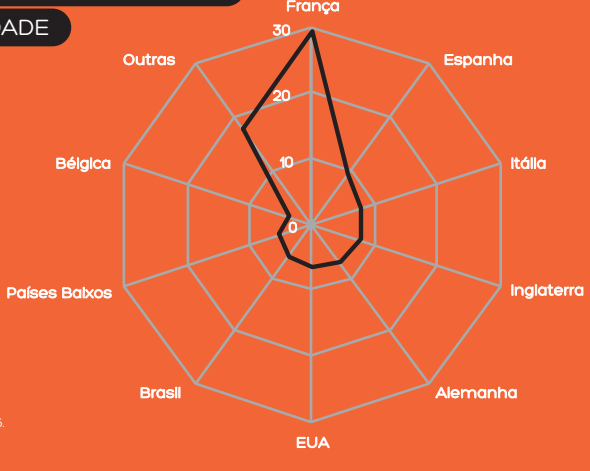


FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

Os públicos estrangeiros têm diversas proveniências (são 42 as nacionalidades representadas), entre as quais se destaca com clareza a França com quase um terço dos inquiridos estrangeiros. Outros países com percentagens significativas, embora a larga distância de França, são a Espanha (9%), a Itália e a Inglaterra (ambos com 8%). Somados, os públicos provenientes destes quatro países representam mais de metade dos estrangeiros.

PÚBLICOS ESTRANGEIROS DO MNAA
POR NACIONALIDADE

Percentagem



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

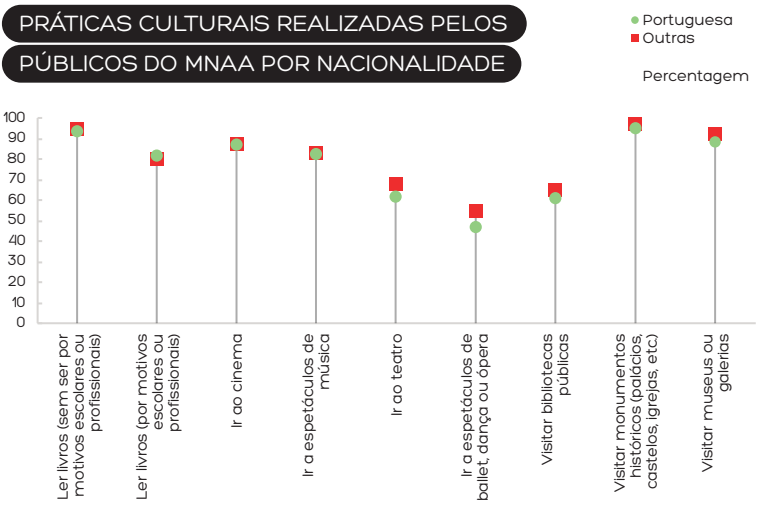
Os públicos são provenientes de todos os continentes, embora com a previsível predominância europeia, que significa 84% do total.

PRÁTICAS CULTURAIS

Os níveis de realização são muito elevados em todas as nove práticas culturais consideradas no inquérito. As diferenças entre os públicos nacionais e estrangeiros são relativamente pouco significativas. Não se reproduzem, portanto, no universo restrito dos públicos dos museus observados no EPMN, os baixos níveis de realização que a população portuguesa evidencia na comparação com outros países.

Entre os públicos do MNAA verifica-se uma propensão mais acentuada dos públicos estrangeiros para práticas de saída, com destaque para as idas ao teatro (68%, mais sete pontos percentuais) e para as idas a espetáculos de ballet, dança ou ópera (55%, também mais sete pontos que os nacionais). Entre os portugueses verifica-se uma ligeira preponderância na leitura de livros por motivos escolares ou profissionais (82%, mais dois pontos percentuais do que os estrangeiros).

PRÁTICAS CULTURAIS REALIZADAS PELOS PÚBLICOS DO MNAA POR NACIONALIDADE



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: AS PERCENTAGENS CORRESPONDEM À REALIZAÇÃO PELO MENOS UMA VEZ NOS ÚLTIMOS 12 MESES.

AS RELAÇÕES COM O MNAA E COM MUSEUS OU GALERIAS

Quanto às visitas ao MNAA, predominam os públicos estreantes com 70% (valor, mesmo assim, bastante abaixo da média do EPMN que é 81%). Por outro lado, 24% são públicos regulares, valor consideravelmente superior ao do EPMN (13%). Se a observação da relação de visita com este Museu destaca a predominância dos que o visitam pela primeira vez, a análise da relação com museus ou galerias mostra que são, em maioria (53%), públicos assíduos destas instituições culturais. De facto, apenas 5% dos públicos do MNAA visitavam pela primeira vez (no período de referência, os últimos 12 meses) um museu no momento da resposta ao inquérito.

Entre os que já tinham visitado anteriormente o MNAA, prevalecem os que realizaram a visita há menos de 6 meses (35%), valor consideravelmente acima do EPMN (20%), seguidos pelos públicos que tinham visitado o Museu há mais de dois anos (29%).

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

Em cada dez inquiridos, seis informaram-se previamente à visita ao MNAA, uma prática com maior prevalência entre os residentes no estrangeiro (75%) do que entre os residentes em Portugal (50%). Entre os meios de informação a que recorreram, a Internet e os roteiros turísticos são os mais referidos. Os meios digitais e as relações de convivialidade predominam entre os nacionais - embora a Internet constitua também um importante recurso para os estrangeiros. O roteiro turístico, meio de informação direcionado especificamente para os turistas, é o mais referido pelos estrangeiros.

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA AO MNAA POR LOCAL DE RESIDÊNCIA

FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTAS: VARIÁVEL MÚLTIPLA. EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

A grande maioria dos públicos recorreu a uma única fonte de informação (66%), ao passo que três em cada dez inquiridos utilizaram até três fontes. Entre estes, as combinatórias mais comuns destacam as que incluem a Internet: Internet/Sítio web do Museu; Internet/Guia ou roteiro turístico; Internet/Amigos.

GRATUITIDADE DO ACESSO AOS MUSEUS

Tendo em conta apenas os públicos portugueses, a existência de tarifas reduzidas ou isentas nos museus com entrada paga parece ser do conhecimento geral. De facto, 81% dos públicos portugueses do MNAA procuram saber, aquando da visita, se têm direito a algum tipo de redução. Mais especificamente, quanto ao dia de gratuitidade então em vigor (primeiro domingo de cada mês) é do conhecimento de três quartos dos inquiridos.

O regime de gratuitidade suscita diferentes posicionamentos por parte dos públicos do MNAA, e não apenas de adesão como seria de esperar. Com efeito, quase metade (48%) procura deliberadamente este regime para realizar as suas visitas (contra 37% no EPMN), ao passo que uma parte menos significativa (37%) não procura agendar a visita em função da gratuitidade. As visitas em família (12%) são contextos específicos que sugerem algum planeamento das visitas para o dia de entrada gratuita.

MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

A visita ao MNAA é predominantemente realizada em companhia (79%), a visita sozinho(a) verifica-se ainda assim para 21% dos públicos. São várias as modalidades de acompanhamento identificadas, ainda que com clara vantagem para o contexto familiar, e em particular em casal (36%). Esta é a modalidade onde o peso dos estrangeiros é consideravelmente maior que o dos nacionais (69% contra 50%). A visita com amigo(s) representa 16%. A visita organizada parece ser uma modalidade com reduzido significado (3%), mas deve aqui ter-se em conta os limites dos dados devido à dificuldade que esta modalidade tem do ponto de vista do método do inquérito.

As crianças e os jovens são o fulcro de muitas das visitas, com diferentes acompanhantes, familiares (mãe, pai, ambos, avó, avô, tios, etc.) e/ou amigos. Os públicos cuja visita inclui crianças e jovens até aos 12 anos são 13% da amostra. Trata-se de uma modalidade de acompanhamento em que sobressaem os públicos nacionais e que entre os estrangeiros é significativamente mais reduzida.

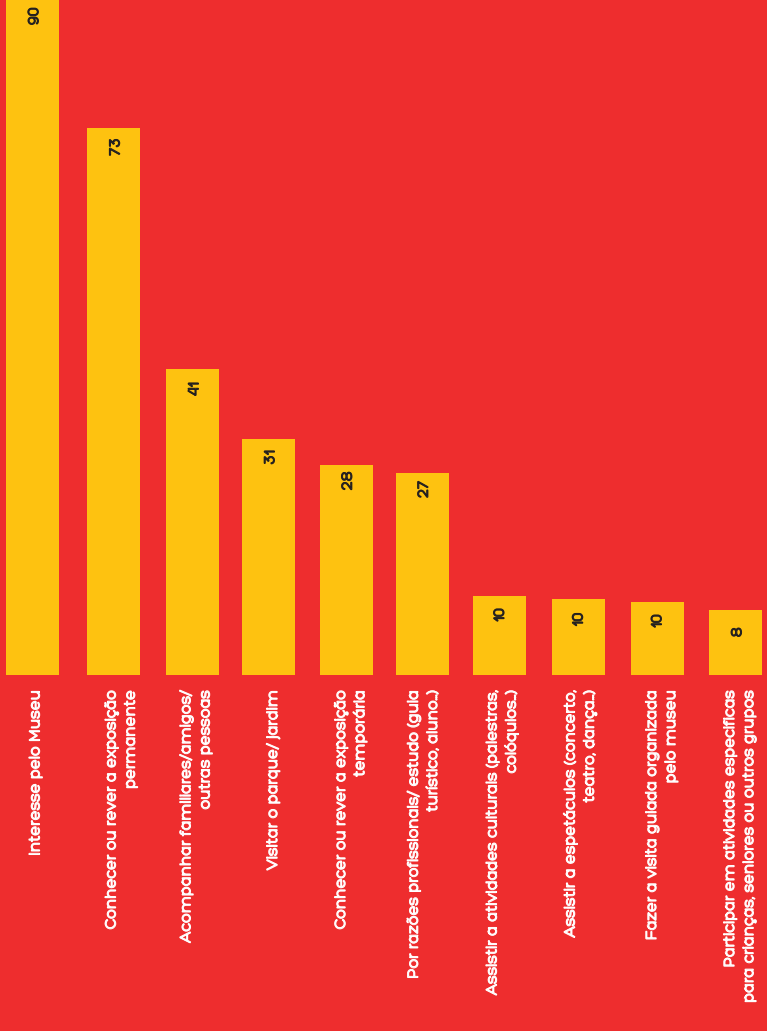
DURAÇÃO E MOTIVAÇÕES DA VISITA

A duração da visita ao MNAA situa-se, para uma parte significativa dos públicos (49%), entre os 60 e os 120 minutos, ou seja, predominam as visitas relativamente demoradas, facto reforçado pelo peso considerável das visitas com mais de duas horas (32%).

Quanto às motivações para a visita, das dez consideradas no inquérito, destacam-se o interesse pelo Museu (90%), conhecer ou rever a exposição permanente (73%) e ainda, apesar de menos relevante que as anteriores, acompanhar familiares/amigos/outras pessoas (41%). As menos referidas são assistir a atividades culturais, a espetáculos e fazer a visita guiada organizada pelo museu (todas com 10%) e participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos (8%).

MOTIVAÇÕES DA VISITA AO MNAA

Percentagem



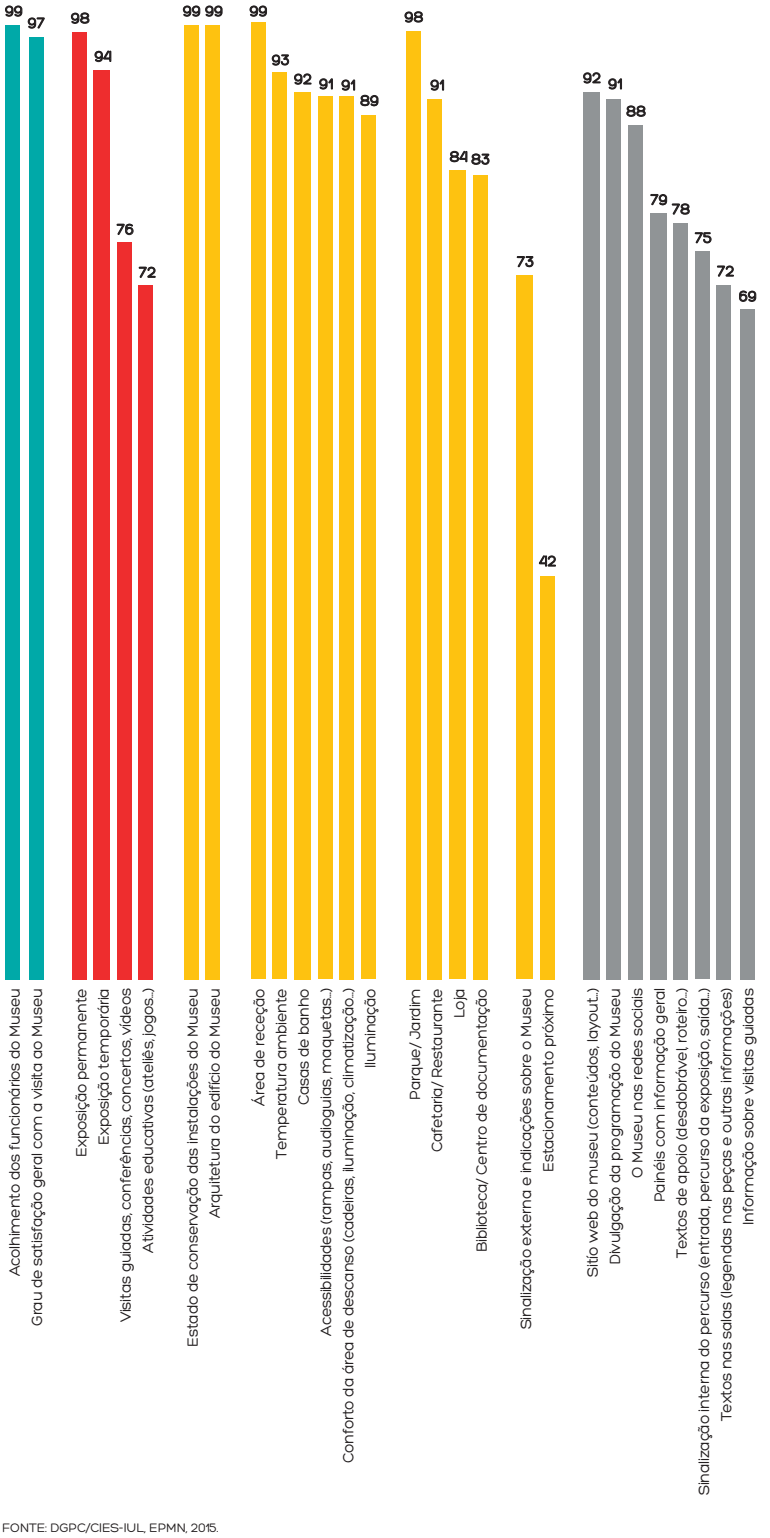
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO IMPORTANTE, IMPORTANTE, POUCO IMPORTANTE E NADA IMPORTANTE. AS PERCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DE MUITO IMPORTANTE E IMPORTANTE.

AVALIAÇÕES DO MNAA

As avaliações do MNAA, incluindo a experiência de visita, são globalmente positivas, em particular entre os públicos nacionais.

AVALIAÇÕES DO MNAA: SUPORTES INFORMATIVOS, INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATIVIDADES

Percentagem

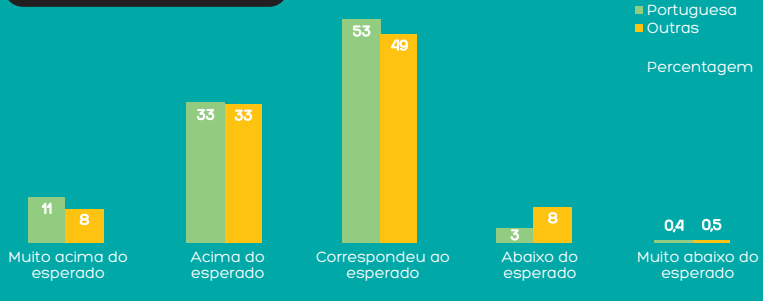


FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO SATISFEITO, SATISFEITO, INSATISFEITO E MUITO INSATISFEITO. AS PERCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DE MUITO SATISFEITO E SATISFEITO.

EXPETATIVAS, INTENÇÃO DE REGRESSO E RECOMENDAÇÃO DE VISITA

Relativamente às expetativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos, metade dos públicos considera que corresponderam ao esperado e, entre os restantes, uma parte substancial julga que se situou acima (33%) ou mesmo muito acima (9%) do esperado. A segmentação por nacionalidade mostra que, em comparação, nos públicos nacionais tanto se registam posicionamentos muito favoráveis (muito acima do esperado) como neutros (correspondeu ao esperado), ao passo que os públicos estrangeiros se destacam no posicionamento abaixo do esperado.

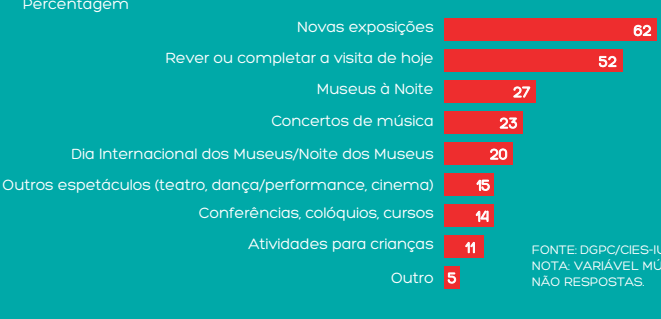
EXPETATIVAS INICIAIS QUANTO À VISITA AO MNAA POR NACIONALIDADE



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

A intenção de regresso ao MNAA para nova visita nos 12 meses subsequentes, manifestada por 45% dos públicos, é muito influenciada pela proximidade geográfica (pela positiva) e pela nacionalidade (pela negativa): 69% dos nacionais contra 26% dos estrangeiros manifestou essa intenção. O principal motivo de regresso ao Museu é a existência de novas exposições (62%), ao qual se segue rever ou completar a visita efetuada (52%).

MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MNAA



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: VARIÁVEL MÚLTIPLA. EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

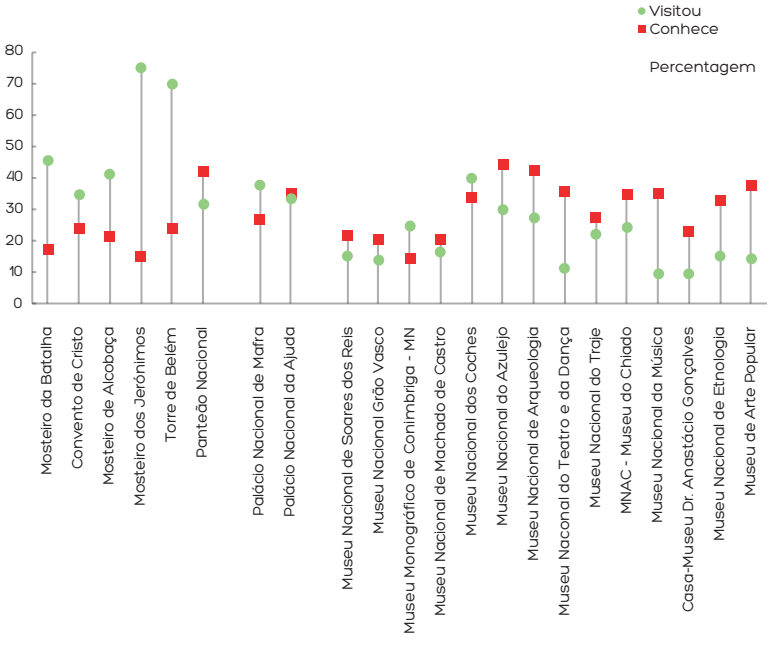
A disposição de recomendar a visita ao MNAA é também positiva: numa escala de 0 (mínimo) a 10 (máximo), apenas 10% responderam abaixo de 6 (tendencialmente não recomendam a visita). Três quintos situam-se entre 9 e 10, ou seja, recomendam a visita de modo muito expressivo constituindo-se assim como *promotores da visita* junto de amigos ou colegas. O valor médio das respostas dos públicos do MNAA é 8,6 ao passo que o do conjunto dos museus participantes é 8,3.

CONHECIMENTO DOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC

No conjunto das demais vinte e duas instituições culturais que a DGPC tutela destacam-se, quanto a já terem sido visitados pelos inquiridos no MNAA, o Mosteiro dos Jerónimos e a Torre de Belém. O Panteão Nacional é o monumento que regista uma percentagem de mero conhecimento superior à dos que já o visitaram.

Entre os dois palácios nacionais, os valores referentes à visita são mais elevados para o Palácio Nacional de Mafra.

CONHECIMENTO E VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC POR PARTE DOS PÚBLICOS DO MNAA



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Os museus nacionais do Teatro e da Dança, da Música, de Etnologia e o Museu de Arte Popular destacam-se do ponto de vista do conhecimento. Com exceção do Museu Nacional dos Coches e do Museu Monográfico de Conimbriga - MN, nos restantes museus as percentagens de mero conhecimento são superiores às dos que já visitaram.

MOTIVAÇÕES E PRÁTICAS RELACIONADAS COM MUSEUS

Todas as motivações de visita consideradas no inquérito suscitam grande adesão por parte dos públicos, todas se revelam importantes na tomada de decisão de visita. Ainda assim, a motivação mais apontada é a do gosto pela arte. Num patamar relativamente elevado situam-se ainda outras motivações: a aprendizagem, a vertente hedonista, a informativa, a diversidade cultural e a expositiva.

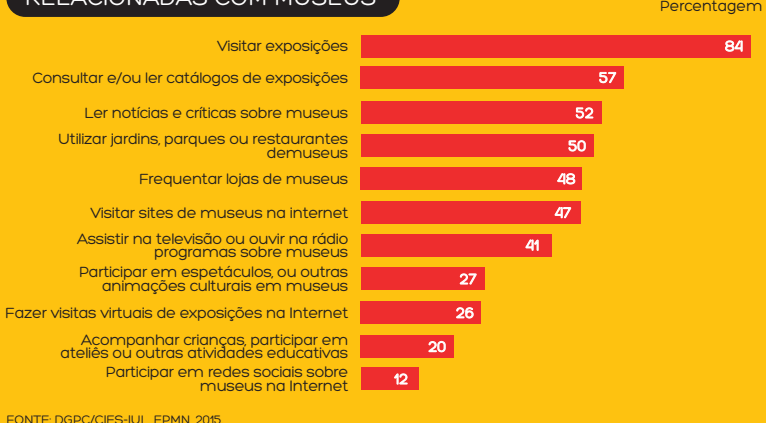
MOTIVAÇÕES DOS PÚBLICOS DO MNAA PARA VISITAR MUSEUS

FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE 1 (MENOS IMPORTANTE) E 7 (MAIS IMPORTANTE).

A maioria dos públicos do MNAA (59%) assinala o acesso gratuito como principal motivo para visitar mais museus. Destaque-se ainda a divulgação da programação dos museus (41%), sendo que o horário mais alargado (33%) e a programação mais variada (30%) são motivos relevantes para cerca de um terço dos públicos. Estes parecem ser os motivos mais notórios, mas 6% referiu diversos outros.

Entre as práticas relacionadas com museus, evidencia-se com clareza a visita frequente a exposições (84%). No outro extremo, apenas 12% declara participar frequentemente em redes sociais sobre museus na Internet. Ainda nesta vertente da participação digital, 47% assinalou visitar frequente ou muito frequentemente sites de museus na Internet e 26% fazer visitas virtuais de exposições na Internet.

PRÁTICAS DOS PÚBLICOS DO MNAA RELACIONADAS COM MUSEUS



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO FREQUENTEMENTE, COM ALGUMA FREQUÊNCIA, RARAMENTE E NUNCA; AS PERCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DAS RESPOSTAS MUITO FREQUENTEMENTE E COM ALGUMA FREQUÊNCIA.

Os resultados aqui apresentados constituem uma síntese do inquérito por questionário cujo trabalho de campo decorreu, numa base diária, num período longo de 12 meses e permitem, desde já, traçar o **perfil predominante dos públicos do MNAA: com uma componente maioritária de estrangeiros, em qualquer caso qualificado em termos escolares e profissionais, com níveis elevados de práticas culturais**, incluindo as visitas a museus.

Permitem também, como ficou patente, conhecer as motivações da visita a museus, as avaliações do Museu ou a notoriedade das **instituições tuteladas pela DGPC**, entre outros resultados que podem contribuir para a cada vez mais indispensável articulação do MNAA com os seus públicos.

A publicação com os resultados completos do estudo de públicos do MNAA está disponível em **http://www.patrimoniocultural.gov.pt/**

Dezembro 2018

Equipa de investigação na análise dos resultados
ISCTE-IUL, CIES-IUL: José Soares Neves (coordenação científica), Teresa Moura Pereira, Jorge Santos e Maria João Lima.

Mecenas exclusivo: Fundação Millennium bcp.

Equipa executiva de concepção e aplicação do estudo
DMCC/DGPC: Manuel Bairrão Oleiro, Teresa Mourão (coordenação executiva), Nuno Fradique Gonçalves, Teresa Moura Pereira e Ricardo Rosado. ISCTE-IUL, CIES-IUL: José Soares Neves e Jorge Santos. MNAA/DGPC: António Filipe Pimental (Subdiretor-Geral do Património Cultural e dir. MNAA), José Alberto Seabra Carvalho (dir. adjunto MNAA), Rui Mestre e restante equipa do MNAA.

Mecenas: Fundação Millennium bcp e ONI.

ESTUDO PÚBLICOS DE MUSEUS NACIONAIS

REPÚBLICA PORTUGUESA
CULTURA

PATRIMÓNIO CULTURAL
Direção-Geral do Património Cultural

Direção-Geral do Património Cultural (DGPC)
Palácio Nacional da Ajuda
1349-021 Lisboa
www.patrimoniocultural.pt

PARCEIRO:
CIES IUL
ISCTE IUL Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:
Fundação Millennium BCP
oni